

				Tema	Estructura	Caracterización
Variedades textuales	Modalidades textuales	Descripción	Técnica	La realidad: a física o material (objeto, paisaje, animal, persona...) b inmaterial o abstracta (sensaciones, estados de ánimo, sentimientos)	rígida : naturaleza del objeto / partes / cualidades / funciones / aplicaciones / utilidad / tipología	• inmovilidad • objetividad • precisión y claridad • finalidad práctica
			Literaria		flexible y variable	• inmovilidad • subjetividad • expresividad • finalidad estética
		Narración		sucesos reales o imaginarios	cerrada : planteamiento / nudo / desenlace abierta : yuxtaposición de episodios otros elementos estructurales: • personajes • espacio y tiempo • punto de vista: 3.^a y 1.^a persona • diálogo: estilo directo / estilo indirecto / estilo indirecto libre	• dinamismo, movilidad • verosimilitud • temporalidad
		Exposición		relacionado con el saber y la cultura	en textos completos : presentación / explicación / conclusión en fragmentos : deductiva o analizante (de lo general a lo particular) e inductiva o sintetizante	• impersonalidad • claridad • tendencia a la abstracción • rigurosidad
		Argumentación	Científica	evidencias (demostraciones científicas)	• deductiva o analizante (tesis + cuerpo argumentativo) • inductiva o sintetizante (cuerpo argumentativo + tesis)	• impersonalidad • claridad • abstracción • rigurosidad
			Subjetiva	opiniones	• encuadrada (tesis + cuerpo arg. + tesis)	• subjetividad • coherencia • función apelativa • rigor • claridad

Medios de comunicación de masas	Prensa escrita		géneros informativos	noticia, reportaje, entrevista
			géneros de opinión	editorial, artículo de opinión, columna
			géneros mixtos	crónica, crítica
	Radio		géneros expositivos y narrativos	noticia, reportaje, documental, biografía
			géneros apelativos o dialógicos	entrevista, encuesta, debate, tertulia
			géneros expresivos y testimoniales	crónica, crítica, comentario, editorial
	Televisión		programas informativos	informativo, reportaje, documental
			programas de opinión	debate, entrevista
	Publicidad	Tipos de mensajes publicitarios	cartel publicitario y anuncio en prensa	código visual (imágenes + texto)
			cuña o anuncio radiofónico	código auditivo (lenguaje oral + efectos sonoros + música)
			spot publicitario	código audiovisual (imágenes + lenguaje oral + texto + efectos sonoros + música)
		Estructura del mensaje publicitario impreso	Componente icónico	• imágenes (fotografías, dibujos, logotipos): lectura objetiva y lectura subjetiva • tipografía (tamaño y disposición de las letras)
			Componente verbal	• eslogan y texto • propiedades del lenguaje publicitario: eficacia, innovación y economía informativa